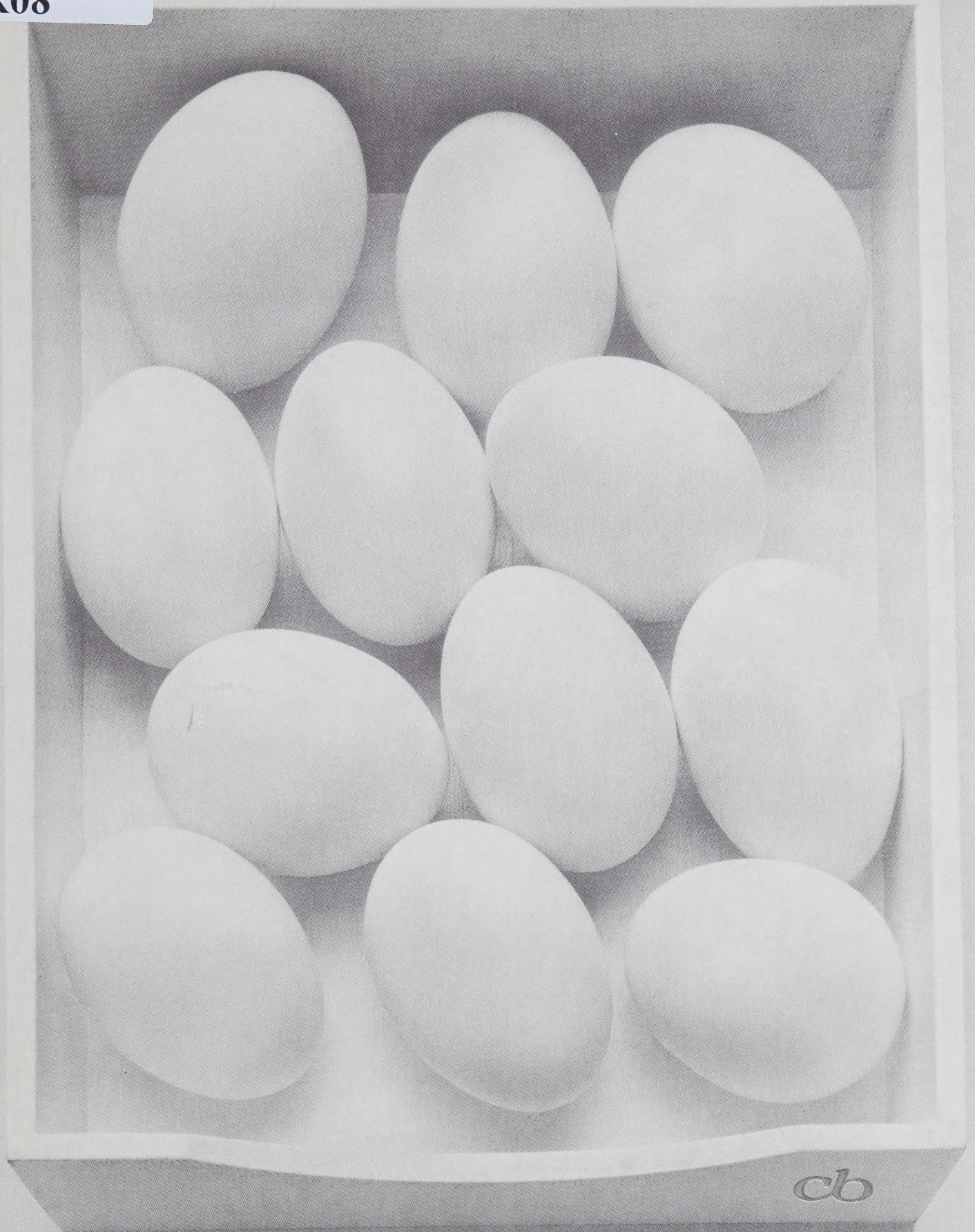
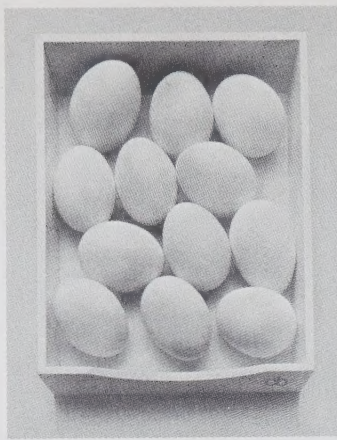


AR08



cb
COCKFIELD BROWN
ANNUAL REPORT
1976



Introduction

Most Cockfield Brown clients have been putting all their advertising eggs in our basket for a long time. With excellent results, too, judging by the way they've grown with us and helped us become one of Canada's largest advertising agencies.

Our clients' confidence in our ability to create, produce and place all their communication requirements has enabled us to develop and maintain a high degree of professionalism throughout our organization. This no-nonsense attitude is quite evident among our creative people, account managers, media, research and production personnel right through to our computerized cost control and billing procedures.

It is this attitude, combined with the individual skills, that enables Cockfield Brown to provide a broad scope of services. The outline of these services on pages 4 and 5 will help explain what Cockfield Brown does as an advertising agency, and will highlight some of the accomplishments we're proud to have achieved in 1976.

We like to think that no advertising assignment overwhelms our talents and capacity. And certainly, no client request, however small, fails to merit our complete attention.

Come to think of it, perhaps that's why we've been so successful over the past half-century and why we look forward confidently to the years ahead.

Directors and Officers

Offices

4pm Plaza II

★ **R. W. Collington**
*Director, President and
Chief Executive Officer*

★ **R. G. Bartlett**
*Director and Executive
Vice-President*

★ **T. G. Smyth, C.A.**
*Director, Senior Vice-President
Administration and Finance
& Secretary Treasurer*

★ **R. K. B. Gallop**
Director and Vice-President

G. W. Brown
*Director and Chairman of the
New Business and
Development Committee*

I. B. Campbell
Director and Vice-President

L. J. G. La Rocque
Director and Vice-President

J. R. MacRae
Director and Vice-President

J. J. M. Morrison
Director

L. H. Walls
Director and Vice-President

Vice-Presidents

J. P. Arvisais

J. Beckerman

R. Burns

G. Charette

J. B. Churchill

A. R. Farmer

D. French

C. Gervais

J. H. Gibaut

H. J. Gibson

W. S. Greenwell

R. F. Harnden

C. L. Marcus

P. Moreau

E. Nanni

R. H. O'Hara

M. Provost

G. B. Robertson

P. Slachta

B. M. Slater

I. D. Smith

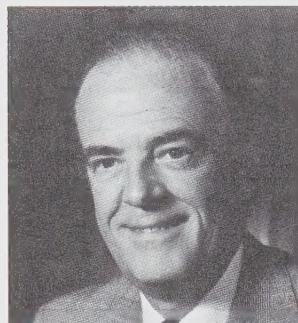
Mrs. I. C. Soutzo

U. Vanasse

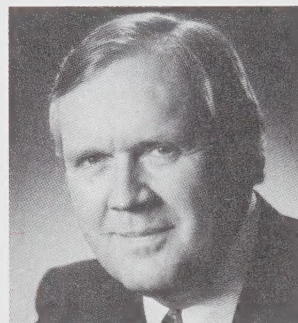
P. A. Van de Kamer

Controller

J. D. Whitewood, C.G.A.



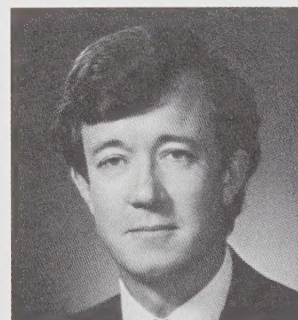
R. W. Collington



R. G. Bartlett



T. G. Smyth, C.A.



R. K. B. Gallop

Cockfield, Brown & Company Limited

Canada Cement Building
606 Cathcart Street West
Montreal H3B 1L1
(514) 861-1771

2 St. Clair Avenue West
Toronto M4V 1L7
(416) 924-5492

C. N. Tower
197 York Street
London N6A 1B2
(519) 438-2117

209 Notre Dame Avenue, Suite A
Winnipeg R2B 1M9
(204) 942-0811

134 Abbott Street
Vancouver V6B 2K6
(604) 684-0123

Industrial Marketing Communications

*a division of
Cockfield, Brown
& Company Limited*

1220 Yonge Street
Toronto M4T 1W1
(416) 922-2063

Insight Advertising & Public Relations

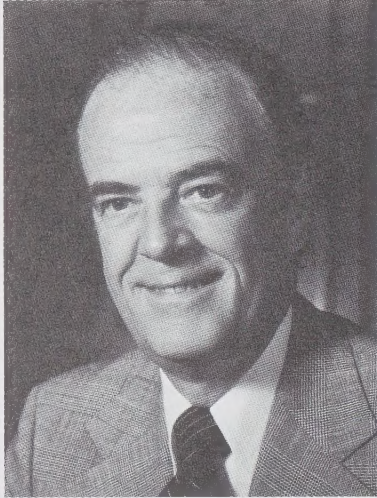
*a division of
Cockfield, Brown
& Company Limited*

3737 Oak Street, Suite 102
Vancouver V6H 2M4
(604) 736-3881

★ *Member of the Executive Committee*

Affiliates throughout the world.

President's Report



To Our Shareholders:

For the 12 months of 1976, Cockfield Brown's gross billings amounted to \$50,021,500 compared with \$47,780,000 for the previous year. Gross revenue totalled \$7,067,000 compared with \$6,840,700, but net earnings, at \$184,400 or 31 cents per share, were below the \$305,500 or 51 cents per share in 1975.

Total expenses were \$6,655,900 compared with \$6,168,100 in 1975. This is an increase of 7.9 per cent which, in view of inflationary pressures, may be regarded as acceptable. This increase, however, was greater than expected as a result of a disappointing performance by two of our operating units.

Difficulties experienced in our Vancouver office and in the Montreal office of our Industrial Marketing Communications division not only affected the total revenue picture, but also created increased expenditures for the year. A major factor was outlays made in connection with the reorganization of these two operating units.

The Montreal office of our IMC division has been closed and this unit is now integrated with the Montreal office of Cockfield Brown, operating as the industrial advertising group. Staff reorganization has been necessary in our Vancouver office, and new management of this unit is proceeding with a recovery plan to be implemented through 1977.

Although net earnings were 31 cents per share, dividends paid to shareholders during 1976 totalled 42½ cents per share. As a result, retained earnings have been reduced to \$1,054,400 as of the end of 1976 from \$1,123,500 a year earlier. The present amount is considered appropriate for 1977 requirements.

The earnings shortfall was primarily due to losses directly associated with the two offices.

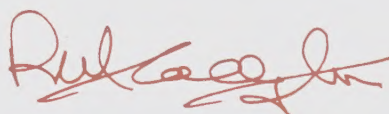
For our other operating units, 1976 was a satisfactory year. In all these operating units, there were significant and continuing additional assignments from existing clients — a trend which provides convincing evidence of the quality of our work.

The year was also particularly successful in the area of new business development where again we maintained an exceptionally high gain to loss ratio.

These positive developments and the measures we have undertaken to correct the situation in two of our operating units are encouraging factors in assessing the outlook for Cockfield Brown in 1977. They indicate that, in spite of the uncertainties in the economy generally, significant opportunities exist for us.

The best way for us to realize these opportunities is to continue to invest in the skills and resources necessary to maintain our leadership as a service organization specializing in a highly creative craft.

On behalf of the Board,

A handwritten signature in dark ink, appearing to read "R. L. Coaglin", written in a cursive style.

President

About our services

Research

Research has long been a fundamental of the Cockfield Brown approach to business; the Company having established the first viable commercial marketing research facility in Canada.

Involvement in this key area over the years has been a constant, leading to the present emphasis on all important advertising research pioneering and development.

But not all our research has to do with selling a product. For instance, last year we researched attitudes toward the use of seatbelts for a provincial government. This "lifestyle" research pinpointed a segment of society that was reluctant to use seatbelts. As a result, our client is better able to concentrate his communications more effectively against this 'problem' driver.

Point-of-Purchase

Cockfield Brown subscribes to the fact that material such as window displays, counter displays, retail store floor stands and informative brochures are sometimes vitally important to the success of an advertising campaign.

A good example of the agency's involvement for 1976 was the launching of a campaign in which an immense amount of material was designed, produced and distributed in two short months. Materials included interior and exterior transit posters, matchbooks and dispensers, window and door banners, cash register stickers, and even 1,000,000 shopping bags. Now *that's* a comprehensive merchandising programme.

Television

The Company involvement in television has grown with the medium and today many of Canada's top rated commercial messages stem from the agency's competent professionals who create, select production facilities, supervise direction and exercise quality control of post production material.

It's especially rewarding when our efforts are recognized outside our own country. Last year, a pool of commercials produced for one of our major clients won a first place in its category at the 6th Annual U.S. Television Commercials Festival in Chicago.

Shows/Exhibits

Concentrated within a few days or hours, shows and exhibits provide an unequalled face-to-face selling opportunity for clients' goods and services. Cockfield Brown often provides the client with a turn-key service. Starting with the development of a theme through creative concepts, exhibit models, construction, installation, staffing, removal and storage. Budget control and general supervision are also provided so that clients' staff can be freed-up to do the important thing they know best — sell.

Radio

Radio commercial production and Cockfield Brown have been synonymous since the early days of this medium when the Company created and produced complete radio programs for its clients.

Today we find more and more television advertisers going into radio with supporting campaigns. Not only

do the advertisers benefit from the high frequency that radio can supply, the listener "sees" a different kind of radio commercial in which the visual aspects of the television message are remembered . . . an effective way to sustain the message and generate greater mileage from the advertising dollar.

Print Media

Cockfield Brown was receiving plaudits for the excellence of its clients' advertising in print long before this medium was challenged by radio and television. The Company has continued to excel in the production of both corporate and product advertising.

Print also affords great flexibility and local appeal. For example, in 1976 one of our major clients used newspaper advertising exclusively. He would advertise when there was sufficient stock on hand to satisfy the resulting demand. No stock, no ad. A mixed blessing for the agency!

Public Relations

Cockfield Brown was among the first advertising agencies in Canada to provide public relations service through specialised departments and personnel. Although they function as part of the full communications service package provided by the company, the PR departments in Toronto and Montreal are self supporting. Their clients include, but are by no means confined to, advertising clients of Cockfield Brown.

Cockfield Brown public relations consultants have been, and are, involved in projects of national interest, assisting clients in the communication of information to the news media and helping develop constructive public relations policies. Traditionally, much of this work has been reaction to events; today, however, the emphasis is on initiatives required to open dialogue between the client and the client's "public".

Outdoor Advertising

The Cockfield Brown approach is to combine the skills of writers and artists into a striking graphic and succinct message to arrest immediate attention.

The company uses sophisticated buying formulae which measures the number of people who have a reasonable physical opportunity of seeing the advertisements.

And we're always looking for new ways to display our message. Last year, Cockfield Brown signed the first national contract for "Beetle Boards", Volkswagens painted with an advertising message. And our message for this unique travelling billboard was the A&W Rootbear. A very appropriate marriage of message and medium.

And it's a Business . . .

While the success of the company over the years has, of course, grown out of effectiveness in all of these specialized services and skills, our clients have also correctly expected us to conduct our affairs in an efficient and business like fashion. It is for these reasons that your company was a pioneer in the application of data processing to the industry. It is for the same reason that today the company continues to develop the computerization of the business, not just as a function of internal cost savings, but also in services that represent real benefits to our clients.



Financial Statements

COCKFIELD, BROWN & COMPANY LIMITED

(Incorporated under the Canada Corporations Act)

Balance Sheet

as at December 31, 1976

| Assets | 1976 | 1975 |
|--|--------------------|--------------------|
| Current | | |
| Cash | \$ 80,200 | \$ 12,200 |
| Accounts receivable | 4,322,200 | 4,665,300 |
| Expenditures billable to clients | 426,900 | 235,500 |
| Income taxes recoverable | 56,400 | — |
| | <u>4,885,700</u> | <u>4,913,000</u> |
| Investments | | |
| Marketable securities, at cost (market value \$438,000; 1975 — \$402,100) . | <u>503,700</u> | <u>503,700</u> |
| Fixed | | |
| Furniture and fixtures | 893,300 | 789,900 |
| Less: Accumulated depreciation | 465,000 | 380,900 |
| | <u>428,300</u> | <u>409,000</u> |
| Leasehold improvements, at cost less amortization | <u>101,100</u> | <u>117,300</u> |
| | <u>529,400</u> | <u>526,300</u> |
| Costs of acquisitions | <u>221,800</u> | <u>126,900</u> |
| | <u>\$6,140,600</u> | <u>\$6,069,900</u> |
| Liabilities | | |
| Current | | |
| Bank indebtedness | \$ — | \$ 59,900 |
| Accounts payable and accrued liabilities | 4,703,600 | 4,242,600 |
| Income taxes payable | — | 261,300 |
| | <u>4,703,600</u> | <u>4,563,800</u> |
| Shareholders' Equity | | |
| Capital stock | | |
| Common shares without nominal or par value | | |
| Authorized — 2,000,000 shares | | |
| Issued — 596,500 shares | 382,600 | 382,600 |
| Retained earnings | <u>1,054,400</u> | <u>1,123,500</u> |
| | <u>1,437,000</u> | <u>1,506,100</u> |
| | <u>\$6,140,600</u> | <u>\$6,069,900</u> |

On behalf of the Board: (Signed) R. W. Collington, Director

(Signed) T. G. Smyth, C.A., Director

Financial Statements

COCKFIELD, BROWN & COMPANY LIMITED

Statement of Earnings

For the Year Ended December 31, 1976

| | 1976 | 1975 |
|---|---------------------|---------------------|
| Gross billings | <u>\$50,021,500</u> | <u>\$47,780,000</u> |
| Commissions and service fees earned | <u>\$ 7,067,000</u> | <u>\$ 6,840,700</u> |
| Expenses | | |
| Depreciation and amortization | 140,400 | 128,400 |
| Office expenses | 295,400 | 244,600 |
| Pension contributions | 165,400 | 157,200 |
| Printing, postage and stationery | 207,300 | 216,900 |
| Rent, light and taxes | 510,200 | 466,500 |
| Salaries | 4,732,700 | 4,452,700 |
| Telephone services | 173,100 | 137,200 |
| Other | 431,400 | 364,600 |
| | <u>6,655,900</u> | <u>6,168,100</u> |
| Earnings before income taxes | 411,100 | 672,600 |
| Provision for income taxes | 226,700 | 367,100 |
| Net earnings for the year | <u>\$ 184,400</u> | <u>\$ 305,500</u> |
| Earnings per share | <u>\$0.31</u> | <u>\$0.51</u> |

Statement of Retained Earnings

For the Year Ended December 31, 1976

| | 1976 | 1975 |
|---------------------------------------|--------------------|--------------------|
| Retained earnings — January 1 | \$1,123,500 | \$1,116,300 |
| Add: | | |
| Net earnings for the year | 184,400 | 305,500 |
| | <u>1,307,900</u> | <u>1,421,800</u> |
| Deduct: | | |
| Dividends paid on common shares | 253,500 | 298,300 |
| Retained earnings — December 31 | <u>\$1,054,400</u> | <u>\$1,123,500</u> |

Financial Statements

COCKFIELD, BROWN & COMPANY LIMITED

Statement of Changes in Financial Position

For the Year Ended December 31, 1976

| | 1976 | 1975 |
|--|------------------|------------------|
| Source of Funds | | |
| Operations | | |
| Net earnings for the year | \$184,400 | \$305,500 |
| Add: Charge not requiring an outlay of funds | | |
| Depreciation and amortization | 140,400 | 128,400 |
| | <u>\$324,800</u> | <u>\$433,900</u> |
| Application of Funds | | |
| Payment of dividends on common shares | \$253,500 | \$298,300 |
| Costs of acquisitions | 135,000 | 1,000 |
| Additions to furniture and fixtures | 103,400 | 87,800 |
| | 491,900 | 387,100 |
| (Decrease) increase in working capital | (167,100) | 46,800 |
| | <u>\$324,800</u> | <u>\$433,900</u> |

Auditors' Report

The Shareholders,
Cockfield, Brown & Company Limited.

We have examined the balance sheet of Cockfield, Brown & Company Limited as at December 31, 1976 and the statements of earnings, retained earnings and changes in financial position for the year then ended. Our examination was made in accordance with generally accepted auditing standards, and accordingly included such tests and other procedures as we considered necessary in the circumstances.

In our opinion, these financial statements present fairly the financial position of the Company as at December 31, 1976 and the results of its operations and the changes in its financial position for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Montreal, Quebec
January 26, 1977

Touche Ross & Co.
Chartered Accountants

Financial Statements

COCKFIELD, BROWN & COMPANY LIMITED

Notes to Financial Statements

December 31, 1976

Note 1. Statement of Accounting Policies

Fixed Assets

The Company's fixed assets are recorded at cost except for the furniture and fixtures at the Montreal and Toronto offices which were appraised as of December 31, 1972 by The Industrial Valuation Company Limited and restated at depreciated replacement value.

Furniture and fixtures are depreciated over their expected useful lives.

Leasehold improvements are amortized over the terms of the leases.

Costs of Acquisitions

The costs of acquisitions (Note 2) are being amortized over a five year period commencing with the year following the year of acquisition.

Gross Billings

Gross billings include service fees capitalized in accordance with industry practice by multiplying the service fees by $6\frac{2}{3}$ (commissions and service fees generally represent 15% of gross billings).

Note 2. Costs of Acquisitions

The Company acquired the advertising business of two advertising agencies in 1973, one in 1974 and two in 1976.

Note 3. Remuneration and Number of Directors and Officers

The aggregate remuneration paid by the Company to its directors and officers and the number thereof for 1975 and 1976 were as follows:

| | Number | | Remuneration | |
|---|--------|------|--------------|-------------|
| | 1976 | 1975 | 1976 | 1975 |
| To directors | 11 | 11 | \$ 20,500 | \$ 22,000 |
| (all directors were also officers of the Company) | | | | |
| To officers | 39 | 30 | \$1,265,100 | \$1,000,100 |

Note 4. Long Term Leases

Annual rentals payable under long term leases in effect are \$332,000 in 1977, \$230,000 in 1978, \$173,000 in 1979, \$68,000 in 1980 and \$44,000 in 1981.

Note 5. Capital Commitment

On December 20, 1976 the Company contracted to purchase new data processing equipment at an estimated cost of \$250,000. This equipment is scheduled for delivery in April 1977.



COCKFIELD BROWN

COCKFIELD BROWN



Notes aux états financiers
31 décembre 1976

Note 1. Méthodes comptables

Immobilisations

Les immobilisations de la compagnie sont comptabilisées au prix coûtant, à l'exception du mobilier et de l'agencement des bureaux de Montréal et de Toronto qui ont été réévalués en date du 31 décembre 1972 par The Industrial Valuation Company Limited et portés au coût de remplacement amorti. Le mobilier et l'agencement sont amortis sur leur durée probable d'utilisation et les améliorations locatives le sont sur la durée des baux.

Coût des acquisitions

Le coût des acquisitions (note 2) est amorti sur une période de cinq ans commençant l'année suivant l'année d'acquisition.

Montants bruts facturés

Les montants bruts facturés comprennent les honoraires pour services capitalisés, conformément à la pratique suivie dans l'industrie, en multipliant les honoraires pour services par $6\frac{2}{3}$ (les commissions et honoraires pour services représentent généralement 15% des montants bruts facturés).

Note 2. Coût des acquisitions

La compagnie a acquis le commerce publicitaire de deux agences de publicité en 1973, d'une agence en 1974 et de deux agences en 1976.

Note 3. Rémunération et nombre des administrateurs et des membres de la direction

La rémunération totale payée par la compagnie à ses administrateurs et à ses membres de la direction pour les exercices 1975 et 1976 et le nombre de ces personnes se répartissaient comme suit:

| Administrateurs (tous les administrateurs étaient également membres de la direction de la compagnie) | Nombre | | Rémunération | |
|--|--------|------|--------------|-------------|
| | 1976 | 1975 | 1976 | 1975 |
| | 11 | 11 | \$ 20,500 | \$ 22,000 |
| Membres de la direction | 39 | 30 | \$1,265,100 | \$1,000,100 |

Note 4. Baux à long terme

Les loyers annuels dus en vertu des baux à long terme en vigueur sont les suivants: \$332,000 en 1977, \$230,000 en 1978, \$173,000 en 1979, \$68,000 en 1980 et \$44,000 en 1981.

Note 5. Engagement de capitaux

Le 20 décembre 1976, la compagnie s'est engagée à acheter du nouvel équipement pour notre ordinateur au montant d'environ \$250,000. La livraison devrait avoir lieu en avril 1977.

Etat de l'évolution de la situation financière
 pour l'exercice terminé le 31 décembre 1976

| | 1976 | 1975 |
|---|------------------|------------------|
| Provenance des fonds | | |
| Exploitation | | |
| Bénéfice net de l'exercice | \$184,400 | \$305,500 |
| Ajouter: Frais ne requérant pas de sortie de fonds | | |
| Amortissements | 140,400 | 128,400 |
| | <u>\$324,800</u> | <u>\$433,900</u> |
| Utilisation des fonds | | |
| Paiement de dividendes sur actions ordinaires | \$253,500 | \$298,300 |
| Coût des acquisitions | 135,000 | 1,000 |
| Additions au mobilier et à l'agencement | 103,400 | 87,800 |
| | <u>491,900</u> | <u>387,100</u> |
| (Diminution) augmentation du fonds de roulement ... | (167,100) | 46,800 |
| | <u>\$324,800</u> | <u>\$433,900</u> |

Rapport des vérificateurs

Aux actionnaires,
 Cockfield, Brown & Compagnie Limitée.

Nous avons examiné le bilan de Cockfield, Brown & Compagnie Limitée au 31 décembre 1976 et les états du bénéfice, des bénéfices non répartis et de l'évolution de la situation financière pour l'exercice terminé à cette date. Notre examen a été effectué conformément aux normes de vérification généralement reconnues, et a compris par conséquent les sondages et autres procédés que nous avons jugés nécessaires dans les circonstances.

À notre avis, ces états financiers présentent fidèlement la situation financière de la compagnie au 31 décembre 1976 ainsi que les résultats de son exploitation et l'évolution de sa situation financière pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus, appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

Montréal, Québec
 Le 26 janvier 1977

Touche Ross & Cie
 Comptables agréés

Etat du bénéfice

pour l'exercice terminé le 31 décembre 1976

| | |
|---|--------------|
| 1976 | 1975 |
| \$50,021,500 | \$47,780,000 |
| Montants bruts facturés | |
| \$ 7,067,000 | \$ 6,840,700 |
| Commissions et honoraires pour services | |

Dépenses

| | | |
|---|------------|------------|
| Amortissements | 140,400 | 128,400 |
| Frais de bureau | 295,400 | 244,600 |
| Contributions au régime de retraite | 165,400 | 157,200 |
| Impression, affranchissement et papeterie | 207,300 | 216,900 |
| Loyer, électricité et taxes | 510,200 | 466,500 |
| Traitement | 4,732,700 | 4,452,700 |
| Services téléphoniques | 173,100 | 137,200 |
| Autres éléments | 431,400 | 364,600 |
| Bénéfice avant impôts sur le revenu | 411,100 | 672,600 |
| Provision pour impôts sur le revenu | 226,700 | 367,100 |
| Bénéfice net de l'exercice | \$ 184,400 | \$ 305,500 |
| Bénéfice par action | \$0.31 | \$0.51 |

Etat des bénéfices non répartis

pour l'exercice terminé le 31 décembre 1976

| | |
|---|-------------|
| 1976 | 1975 |
| \$1,123,500 | \$1,116,300 |
| Bénéfices non répartis au 1er janvier | |
| Ajouter: | |
| Bénéfice net de l'exercice..... | 184,400 |
| | 305,500 |
| Déduire: | |
| Dividendes payés sur actions ordinaires | 253,500 |
| | 298,300 |
| Bénéfices non répartis au 31 décembre..... | \$1,054,400 |
| | \$1,123,500 |

Bilan
 au 31 décembre 1976

| Actif | 1976 | 1975 |
|--|--------------------|--------------------|
| Actif à court terme | | |
| Encaisse | \$ 80,200 | \$ 12,200 |
| Comptes de clients | 4,322,200 | 4,665,300 |
| Déboursés à facturer aux clients | 426,900 | 235,500 |
| Impôts sur le revenu récupérables | 56,400 | — |
| | <u>4,885,700</u> | <u>4,913,000</u> |
| Placements | | |
| Titres négociables, au prix coûtant (valeur du marché \$438,000; 1975 — \$402,100) | 503,700 | 503,700 |
| Immobilitations | | |
| Mobilier et agencement | 893,300 | 789,900 |
| Moins: amortissement accumulé | 465,000 | 380,900 |
| | <u>428,300</u> | <u>409,000</u> |
| Améliorations locatives, au prix coûtant moins amortissement | 101,100 | 117,300 |
| | <u>529,400</u> | <u>526,300</u> |
| Coût des acquisitions | 221,800 | 126,900 |
| | <u>\$6,140,600</u> | <u>\$6,069,900</u> |
| Passif | | |
| Passif à court terme | | |
| Dette bancaire | \$ — | \$ 59,900 |
| Comptes de fournisseurs et frais courus | 4,703,600 | 4,242,600 |
| Impôts sur le revenu à payer | <u>—</u> | <u>261,300</u> |
| | <u>4,703,600</u> | <u>4,563,800</u> |
| Avoir des actionnaires | | |
| Capital-actions | | |
| Actions ordinaires sans valeur nominale ou au pair | | |
| Autorisées — 2,000,000 actions | | |
| Émises — 596,500 actions | | |
| Bénéfices non répartis | 382,600 | 382,600 |
| | <u>1,054,400</u> | <u>1,123,500</u> |
| | <u>1,437,000</u> | <u>1,506,100</u> |
| | <u>\$6,140,600</u> | <u>\$6,069,900</u> |

Au nom du Conseil: (signé) R. W. Collington, administrateur
 (signé) T. G. Smyth, C.A., administrateur

leur publicité télévisée. Non seulement ces compagnies profitent de la haute fréquence de diffusion des messages que la radio offre, mais de plus, l'auditeur qui écoute l'annonce la "voit" car elle lui fait évoquer les éléments visuels de l'annonce télévisée.

Publicité imprimée

Cockfield Brown s'est méritée bien des éloges pour l'excellence de la publicité imprimée qu'elle a créée pour ses clients bien avant que ce média n'ait été défé par la radio et la télévision. Notre agence a continué à produire une publicité exceptionnelle pour ses clients, autant pour leurs produits qu'insti- tionnelle. La publicité imprimée permet de diriger le message avec plus de pertinence et offre une plus grande flexibilité. Ainsi, en 1976, un de nos clients les plus importants a limité sa publicité uniquement aux journaux. Il n'a fait paraître ses annonces que lorsqu'il avait, selon ses prévisions, un stock suffisant pour répondre à la demande générée par sa publicité.

Relations publiques

Cockfield Brown fut une des premières agences de publicité au Canada à offrir un service intégré de relations publiques. Bien qu'il fasse partie intégrante des services complets de communication fournis par la compagnie, le service des relations publiques, à Montréal et à Toronto, est autonome. Ses clients ne sont nullement limités aux clients dont la publicité est confiée à Cockfield Brown.

Les conseillers en relations publiques de Cockfield Brown ont participé et participent à des projets d'intérêt national, en aidant les clients à communiquer des renseignements ou des nouvelles aux médias et à développer des politiques positives de relations publiques. Par tradition, une grande partie du travail était reliée à des événements précis; aujourd'hui, cependant, la tendance est de mettre l'accent sur les façons efficaces de faciliter le dialogue entre le client et son auditoire.

Panneaux-réclame

Cockfield Brown met à l'oeuvre les talents de ses artistes et de ses rédacteurs-concepteurs en vue d'obtenir une représentation graphique trap- pante et un message succinct qui attireront immédiatement l'attention du public. Pour l'emplacement de cette publicité, la compagnie utilise des formules d'achat fort complexes permettant d'évaluer le nombre d'individus qui, raisonnablement, auront la possibilité de voir cette publicité. Et nous sommes constamment à la recherche de nouveaux moyens de faire usage de ce média. L'an dernier, Cockfield Brown a signé le premier contrat national pour des "annonces coccinelles": des messages publicitaires peints sur des autos Volkswagen. Un moyen original d'annoncer un service ou un produit.

Gestion de la compagnie

Au cours des années, les clients qui nous ont fait confiance ont eu raison — le succès de notre compagnie, qui est lui-même issu de l'excellence de nos services et de nos talents, le prouve. Mais ils se sont aussi attendus, à juste titre, à ce que nous gérons nos affaires d'une manière professionnelle. C'est pour cette raison que notre compagnie a fait oeuvre de pionnier dans l'utilisation du traitement des données en publicité. Et c'est aussi pourquoi aujourd'hui, notre compagnie continue à promouvoir l'utilisation de l'ordinateur dans notre industrie, non seulement en vue de faire des économies, mais surtout en vue de fournir des services qui représentent de réels avantages pour nos clients.

Recherche

Chez Cockfield Brown, la recherche a depuis longtemps été un des piliers sur lequel reposent maints travaux publicitaires entrepris par Cockfield Brown. La

preuve en est le fait que nous avons établi, au sein de la compagnie, le premier service de recherche publicitaire viable au Canada. Au cours des années, l'intérêt que nous portons à ce domaine important n'a fait que prendre de l'ampleur.

Cependant, les travaux de recherche que nous effectuons ne sont pas uniquement limités à la vente de produits. Par exemple, pour un gouvernement provincial, nous avons fait l'an dernier un sondage de l'attitude du public vis-à-vis le port de la ceinture de sécurité. Cette recherche a révélé qu'une certaine partie de la population était récalcitrante à l'usage de la ceinture. Ainsi, notre client peut, avec plus d'efficacité, adresser des messages à cette catégorie de gens.

Publicité au point de vente

Cockfield Brown souscrit au fait que le matériel de promotion tel: étalages de vitrine, étalages de comptoir, supports pour étalages de plancher dans les magasins de détail et brochures de renseignements, est parfois d'une importance vitale au succès d'une campagne de publicité. En 1976, un exemple typique de l'efficacité de l'agence dans ce domaine a été l'im-

mense quantité de matériel de promotion qui, en deux mois seulement, a été conçu, produit et distribué par Cockfield Brown lors du lancement d'une campagne publicitaire. Ce matériel de promotion comprenait des affiches à l'intérieur et à l'extérieur des véhicules de transport public, des livrets d'allumettes avec présentoirs, des bannières pour vitrines et portes, des étiquettes adhésives pour caisses enregistreuse et même 1.000.000 de sacs d'achats.

Télévision

L'usage que notre compagnie a fait de la télévision a évolué au même rythme que le média lui-même. Aujourd'hui, un grand nombre des annonces canadiennes les mieux cotées sont l'oeuvre d'employés hautement doués de Cockfield Brown. La satisfaction que nous apporte notre travail est encore plus grande lorsque nos efforts sont reconnus à l'étranger. L'an dernier, une série d'annonces que nous avons réalisées pour un de nos principaux clients a reçu le premier prix de sa catégorie lors du 6e Festival annuel des annonces télévisées des États-Unis, à Chicago.

Expositions et stands

Concentrées sur une courte période de temps, les expositions constituent un des meilleurs moyens de vendre les produits et les services des clients. Cockfield Brown procure souvent au client un service complet qui comprend le développement du thème, les maquettes d'un stand, sa construction, son installation, son personnel, son démontage, son rangement et son rangement. Nous fournissons également le contrôle du budget et la surveillance générale afin que le personnel du client puisse être libre d'accomplir la tâche pour laquelle il est le mieux qualifié: vendre.

Radio

Depuis le jour où la radio est devenue un véhicule publicitaire, Cockfield Brown s'en est servi pour diffuser les messages de ses clients. Actuellement, les compagnies qui font de la publicité à la télévision ont de plus en plus tendance à se servir d'annonces à la radio pour renforcer

Malgré que les bénéfices nets aient été de 31 cents par action, les dividendes payés aux actionnaires en 1976 se montent à un total de 42½ cents par action. Par conséquent, à la fin de 1976, nos bénéfices non répartis ont été réduits à \$1,054,400, comparativement à \$1,123,500 à la fin de l'année précédente. Le montant actuel est considéré adéquat pour nos besoins durant l'année 1977.

Le déficit accusé par les bénéfices nets découle, en grande partie, des pertes financières subies par les deux bureaux mentionnés plus haut.

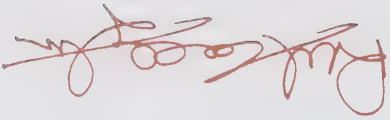
Les résultats obtenus en 1976 par nos autres bureaux ont été satisfaisants. Dans tous ces bureaux, nous avons exécuté pour nos clients actuels nombre de projets additionnels importants, témoignage convaincant de la qualité de notre travail.

En ce qui a trait à l'acquisition de nouveaux budgets, l'année a été particulièrement fructueuse car nous avons maintenu un taux exceptionnellement élevé d'acquisitions par rapport aux pertes.

Ces résultats positifs, ainsi que les mesures que nous avons prises pour rectifier la situation qui prévalait dans deux de nos bureaux, nous permettent d'envisager avec confiance les réalisations de Cockfield Brown en 1977. Ils indiquent qu'en dépit de l'instabilité de l'économie en général, nous pouvons espérer que des possibilités intéressantes s'offriront à nous.

Pour exploiter au maximum ces possibilités, nous devons continuer d'avoir à notre disposition les talents et les ressources nécessaires pour conserver la position importante que nous occupons en tant qu'entreprise de communication spécialisée dans un domaine hautement créateur.

Au nom du Conseil d'administration,
le Président



À nos actionnaires:



Pour l'ensemble de l'année 1976, la facturation brute de Cockfield Brown s'est chiffrée à \$50,021,500, comparativement à \$47,780,000 pour l'année précédente. Le revenu brut s'est élevé à \$7,067,000, comparativement à \$6,840,700, mais les bénéfices nets de \$184,400 ou 31 cents par action ont été inférieurs à ceux de 1975 qui étaient de \$305,500 ou 51 cents par action.

Les dépenses totales ont été de \$6,655,900, comparativement à \$6,168,100 en 1975. Tenant compte des pressions inflationnistes actuelles, cette augmentation de 7.9 pour cent peut être considérée acceptable. Toutefois, l'augmentation a été plus élevée que prévu à cause des résultats décevants de deux de nos bureaux.

Les difficultés éprouvées par notre bureau de Vancouver et par le bureau de Montréal de notre division Industrial Marketing Communications n'ont pas seulement affecté le revenu total de notre compagnie, mais ont aussi entraîné des frais accrus pour l'exercice 1976. Un élément significatif qui a contribué à l'accroissement de ces frais a été les déboursés destinés à la réorganisation de ces deux bureaux.

Nous avons fermé le bureau de Montréal de notre division IMC et les activités de ce bureau sont maintenant intégrées à celles du bureau de Cockfield Brown de Montréal, sous le nom de Groupe industriel. Une réorganisation du personnel s'est avérée nécessaire à notre bureau de Vancouver et les nouveaux administrateurs de ce bureau procèdent en ce moment au développement d'un programme de rétablissement qui sera mis en oeuvre au cours de 1977.

Administrateurs et membres de la direction

* Membre du Comité exécutif

*** R. W. Collington**
Président, chef de la direction
et administrateur

*** R. G. Bartlett**
Vice-président à la direction

*** T. G. Smyth, c.a.**
Premier vice-président,
administration et finances,
secrétaire-trésorier et
administrateur

*** R. K. B. Gallop**
Vice-président et administrateur

G. W. Brown
Président du Comité de
l'expansion et des nouvelles
affaires et administrateur

I. B. Campbell
Vice-président et administrateur

L. J. G. La Rocque
Vice-président et administrateur

J. R. MacRae
Vice-président et administrateur

J. J. M. Morrison
Directeur

L. H. Wallis
Vice-président et administrateur

P. A. Van de Kamer
U. Vanasse

J. D. Whitehead, c.g.a.
Contrôleur

Vice-présidents
J. P. Arvisais
J. Beckerman

R. Burns
G. Charette

J. B. Churchill
A. R. Farmer
D. French

C. Gervais
J. H. Gibaut

H. J. Gibson
W. S. Greenwell

R. F. Harnden
C. L. Marcus

P. Moreau
E. Nanni

R. H. O'Hara
M. Provost

G. B. Robertson
P. Slachta

I. D. Smith
Mme I. C. Souza

U. Vanasse
P. A. Van de Kamer



R. W. Collington



R. G. Bartlett



T. G. Smyth, c.a.



R. K. B. Gallop

Bureaux

**Cockfield, Brown
& Compagnie Limitée**
Edifice Canada Cement
606 ouest, rue Cathcart
Montréal H3B 1L1
(514) 861-1771

2 St. Clair Avenue West
Toronto M4V 1L7
(416) 924-5492
C. N. Tower
197 York Street
London N6A 1B2
(519) 438-2117

209 Notre Dame Avenue, suite A
Winnipeg R2B 1M9
(204) 942-0811
134 Abbott Street
Vancouver V6B 2K6
(604) 684-0123

**Industrial Marketing
Communications**
une division de
Cockfield, Brown
& Compagnie Limitée
1220 Yonge Street
Toronto M4T 1W1
(416) 922-2063

**Insight Advertising
& Public Relations**
une division de
Cockfield, Brown
& Compagnie Limitée
3737 Oak Street, suite 102
Vancouver V6H 2M4
(604) 736-3881

Sociétés affiliées
dans le monde entier.

Avant-propos



Un dicton fort populaire dit qu'il ne faut pas mettre tous ses oeufs dans le même panier! Cependant, c'est justement ce que la plupart de nos clients ont fait en nous confiant toute leur publicité depuis nombre d'années. Une décision qui s'est avérée fort judicieuse si l'on considère les résultats obtenus et la manière dont leurs affaires se sont développées. Les nôtres aussi, car les succès de nos clients nous ont aidés à devenir une des plus grandes agences de publicité du Canada.

La confiance de nos clients dans la compétence que nous avons de créer, d'exécuter et de placer les messages qu'ils désirent apporter à la connaissance du public, nous a permis de développer et de maintenir dans toute notre entreprise un travail d'une qualité exceptionnelle. Cette conscience de notre responsabilité est évidente non seulement chez nos chefs de publicité, notre personnel des services de création, de recherche, des média et de production, mais aussi dans nos procédures de contrôle des coûts et de la comptabilité par ordinateur.

Cette conscience, de pair avec les talents individuels que nous avons à notre disposition, permet à Cockfield Brown de fournir un large spectre de services. La description succincte de ces services en pages 4 et 5 explique l'activité de Cockfield Brown en tant qu'agence de publicité et souligne certains des résultats que nous sommes fiers d'avoir atteints en 1976.



AR08

File

Canup

**June 30, 1976:
Second Quarter Report
to Shareholders**

Cockfield, Brown & Company Limited

cb

COCKFIELD BROWN

**Le 30 juin 1976:
rapport du
deuxième trimestre
aux actionnaires**

Cockfield, Brown & Compagnie Limitée

To Our Shareholders:

Gross billings, revenue from commissions and service fees, and net earnings for the twelve months which ended on June 30, 1976 were all higher than for the corresponding period a year ago.

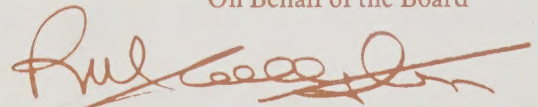
Billings for the current twelve month period amounted to \$49,484,800 compared with \$46,215,400; revenue, as forecast in our previous quarterly report, reached the anticipated level, amounting to \$7,003,800 compared with \$6,434,400; net earnings were \$263,900 or 45 cents per share compared with \$217,100 or 36 cents per share for the twelve months ending June 30, 1975.

We should perhaps, emphasize that the increase from the 28 cents per share shown in our previous quarterly report represents a recovery from the unusually slow start to this calendar year — rather than the traditional increase in advertising agency earnings which normally occurs as the year progresses. This recovery has brought our earnings to the level we expected to reach at this time.

At the same time, it also reflects the success of our plan to even out the normal, traditional fluctuations in our revenue. Therefore, we do not anticipate successive increases at this rate as the year comes to a close.

For the complete year of 1976, there is every indication that we will reach our revenue and net earning targets. However, these expectations should be qualified by the possible impact of government action, particularly that of the Anti-Inflation Board, in the sector of the economy in which we work.

On Behalf of the Board



PRESIDENT

Unaudited Statement of Earnings

État des bénéfices non vérifié

Twelve month period ended June 30

Période de douze mois se terminant le 30 juin

| | <u>1976</u> | <u>1975</u> | |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|---|
| Gross billings | <u>\$49,484,800</u> | <u>\$46,215,400</u> | Facturation brute |
| Commissions & service fees earned | <u>\$ 7,003,800</u> | <u>\$ 6,434,400</u> | Commissions et honoraires |
| Expenses | | | Dépenses |
| Depreciation & amortization | 128,500 | 133,200 | Amortissements |
| Office expenses | 263,700 | 198,900 | Frais de bureau |
| Pension contributions | 163,400 | 150,800 | Contributions au régime de retraite |
| Printing, postage & stationery | 206,800 | 229,800 | Impression, affranchissement et papeterie |
| Rent, light & taxes | 466,600 | 460,000 | Loyer, électricité et taxes |
| Salaries | 4,657,900 | 4,240,600 | Traitements |
| Telephone services | 141,200 | 138,800 | Services téléphoniques |
| Other | 396,200 | 363,300 | Autres éléments |
| | <u>6,424,300</u> | <u>5,915,400</u> | |
| Earnings before income taxes | 579,600 | 519,000 | Bénéfices avant impôts sur le revenu |
| Provision for income taxes | <u>315,700</u> | <u>301,900</u> | Provision pour impôts sur le revenu |
| Net earnings for the period | <u>\$ 263,900</u> | <u>\$ 217,100</u> | Bénéfices nets de la période |
| Earnings per share | <u>\$ 0.45</u> | <u>\$ 0.36</u> | Bénéfice par action |

**Unaudited Statement of Changes
in Financial Position**

**État non vérifié de l'évolution
de la situation financière**

Twelve month period ended June 30

Période de douze mois se terminant le 30 juin

| | <u>1976</u> | <u>1975</u> |
|---|-------------------|-------------------|
| Source of Funds | | |
| Operations | | |
| Net earnings for the period | \$ 263,900 | \$ 217,100 |
| Add: | | |
| Charge not requiring an outlay of funds | | |
| Depreciation & amortization | 128,500 | 133,200 |
| Decrease in working capital | 157,700 | — |
| | <u>\$ 550,100</u> | <u>\$ 350,300</u> |

| |
|---|
| Provenance des fonds |
| Exploitation |
| Bénéfice net pour cette période |
| Ajouter: |
| Frais ne requérant pas de sortie de fonds |
| Amortissements |
| Diminution du fonds de roulement |

| | | |
|--|-------------------|-------------------|
| Application of Funds | | |
| Payment of dividends on common shares | \$ 298,300 | \$ 298,300 |
| Cost of acquisitions | 136,000 | (19,100) |
| Additions to furniture and fixtures and leasehold improvements | 115,800 | 39,800 |
| Increase in working capital | — | 31,300 |
| | <u>\$ 550,100</u> | <u>\$ 350,300</u> |

| |
|---|
| Utilisation des fonds |
| Paiement de dividendes sur actions ordinaires |
| Coût des acquisitions |
| Additions aux mobilier, à l'agencement et améliorations locatives |
| Augmentation du fonds de roulement |

| | | |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|
| Working capital as at June 30 | <u>\$ 560,800</u> | <u>\$ 718,500</u> |
|-------------------------------|-------------------|-------------------|

Fonds de roulement au 30 juin

A nos actionnaires,

Au cours de la période de 12 mois qui a pris fin le 30 juin 1976, notre facturation brute, nos revenus provenant de commissions et honoraires de même que nos bénéfices nets ont été plus élevés que pendant la période correspondante de 12 mois qui s'est terminée le 30 juin 1975.

La facturation brute s'est chiffrée à \$49,484,800, comparativement à \$46,215,400. Tel que prévu dans notre dernier rapport trimestriel, les revenus ont atteint les objectifs anticipés et totalisent \$7,003,800, comparativement à \$6,434,400. Les bénéfices nets se sont montés à \$263,900 ou 45 cents par action, comparativement à \$217,100 ou 36 cents par action.

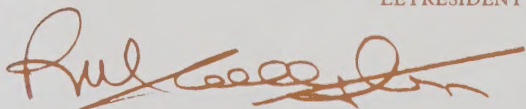
Nous aimerions souligner le fait que l'augmentation des bénéfices nets par rapport à ceux du trimestre précédent (45 cents par action, comparativement à 28 cents par action) est due à un rétablissement des revenus — qui se sont avérés être particulièrement bas au début de cette année civile — plutôt qu'à l'augmentation traditionnelle des bénéfices d'une agence de publicité, qui se produit généralement à mesure que l'année progresse. Ce rétablissement a amené nos bénéfices au niveau que nous escomptions atteindre à cette date.

D'autre part, il reflète aussi la réussite du plan que nous avons établi en vue d'égaler les fluctuations naturelles et traditionnelles du revenu dans notre industrie. Donc, nous ne prévoyons pas des augmentations successives aussi importantes d'ici la fin de l'année.

Tout nous porte à croire que nos revenus et nos bénéfices nets seront conformes aux prévisions budgétaires pour l'année fiscale 1976. Toutefois, les résultats que nous anticipons peuvent être influencés par des mesures gouvernementales, spécialement par celles de la Commission anti-inflation, dans le secteur économique dans lequel nous oeuvrons.

Au nom du conseil d'administration,

LE PRÉSIDENT



cb

COCKFIELD BROWN

Montréal
Toronto
London
Winnipeg
Vancouver

Divisions:

Industrial Marketing Communications

Montréal
Toronto

Insight Advertising & Public Relations
Vancouver